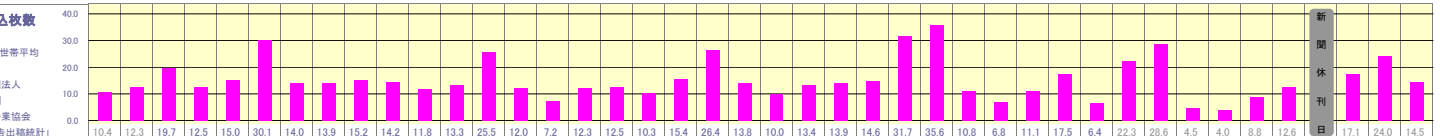
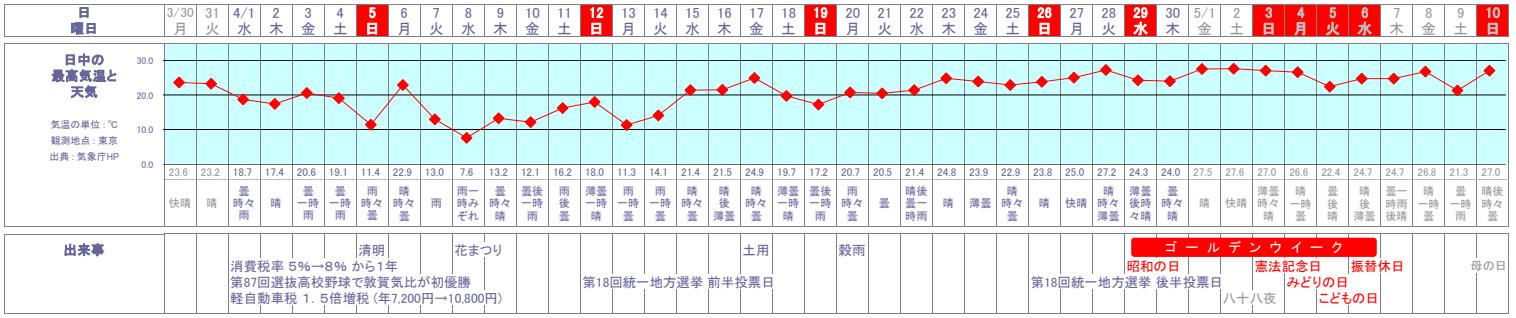


前年データ - 2015年 -

【全国1世帯当たりの消費支出 月別推移】		調査対象は2人以上の世帯/実質増減率は対前年同月比/出典：総務省「家計調査」											
調査年		2014年						2015年					
調査月	消費支出(円)	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
消費支出(円)	271,411	272,791	280,293	282,124	275,226	288,579	280,271	332,363	289,847	265,632	317,579	300,480	
実質増減率(%)	-8.0	-3.0	-5.9	-4.7	-5.6	-4.0	-2.5	-3.4	-5.1	-2.9	-10.6	-1.3	



本年ポイント - 2016年 -

【今月の季節】
 春の空 春の雲 うららかなどか わさび 春大根 草餅 蕨餅 鶯餅 桜餅
 花巻 桜餅 ほたるいか 春の海 磯遊び 潮干狩り はまぐり あり さざえ 壺焼き
 あわび うに ちゃんぽん シタマン 若草 春光 風光る 菜種梅雨 春日傘 春眠 春睡 春睡

曜日	3月第5週/4月第1週		4月第2週					4月第3週					4月第4週					4月第5週/5月第1週					5月第2週																							
	3/28	3/29	3/30	3/31	4/1	4/2	4/3	4/4	4/5	4/6	4/7	4/8	4/9	4/10	4/11	4/12	4/13	4/14	4/15	4/16	4/17	4/18	4/19	4/20	4/21	4/22	4/23	4/24	4/25	4/26	4/27	4/28	4/29	4/30	5/1	5/2	5/3	5/4	5/5	5/6	5/7	5/8				
曜日	先負	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝
予定	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日	新生活 記念日		

重点テーマ

新生活・新学期スタート

需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 子供も大人も朝食摂取の習慣化を促すのに格好のタイミング
 - … 子供 一特に生徒・学生を持つ親世代に向けては朝食の摂取と学力・体力向上の因果関係を
 - また、新社会人を中心とする成人世代に向けては日中の労働効率や集中力がアップするなど
 - 功利的な面から朝食の重要性を啓蒙し、その販促に繋げたい

訴求テーマ・商品例

- ◆ 人気の朝食メニュー
 - 食料品：** 和食(ご飯、味噌汁、たまご料理、納豆)
 - 洋食(パン、ヨーグルト、バナナなどの果物、コーヒー)



ゴールデンウィーク

需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ ゴールデンウィークは春商戦のピーク
 - 例年、流通小売企業の多くが折込広告出稿のウエイトをこのタイミングに置く
 - … 出稿回数の増加、サイズ拡大(B2以上の大判)など、特にゴールデンウィーク直前から前半にかけてはその傾向が顕著
- ◆ 本年のゴールデンウィークは中日にあたる5/2<月>が平日となるため
 - 前半の三連休<4/29金~5/1日>と後半の三連休<5/3火~5/5木>とに分断される
 - … 同じ曜日まわり、前回は2011年
- ◆ ただし、一部では有給休暇などで最大十連休のケースも
 - … 暦通りの日程で近場あるいは自宅過ごす生活者と国内外の長期旅行を楽しむ生活者とに大きく二分化の予想

訴求テーマ・商品例

- 衣料品：** ◇ トラベルウェア(キャリーケース、バッグ各種、パーカーやカーデガンなど軽快な羽織りもの、ウオーキングシューズ)
- 住居品：** ◇ アウトドア特集(テント、バーベキューコンロ、ステンレスボトル、カー用品) ◇ ガーデニング(緑のカーテン、野菜作り)



母の日商戦

需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 折込広告上の本格的な訴求、百貨店では4月第3週から順次【東京地区 前年実績】
 - … オンラインショッピングサイトの開設告知はその前週、4月第2週から
- ◆ 母の日ギフト、昨今は定番のフラワーに加えて、家族で食事や旅行といった体験型
 - または家事代行といったサービス型などの「コト」ギフトに注目がますます集まっている

訴求テーマ・商品例

- ◆ 母の日「モノ」ギフト、4月中の提案、大型スーパーでは
 - 理美容・健康機器や化粧品、寝具、調理家電など高単価な住居品
 - 住居品：** マッサージ機器、運動機器、血圧計、カクテル缶詰、
 - 羽毛掛布団、マットレス、健康枕、高級圧力IH炊飯ジャー、ミルサー



春から初夏へークールビズ、模様替え、紫外線対策、涼味

需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 春から初夏へ季節が移り変わるこの時期、
 - 関連テーマの本格的な訴求タイミングは下記の通り【東京地区 前年実績】
 - ◇ クールビズ：紳士服専門店がGW直前の4月第4週から
 - ◇ 初夏の模様替え：ホームセンターがGW直前の4月第4週から
 - ◇ 紫外線対策：ドラッグストア、早い企業では春企画として2月下旬から
 - ◇ 涼味：大型スーパーで4月第2週から

訴求テーマ・商品例

- ◆ クールビズ — シーズン本格化を前にまとめ買い提案
 - 衣料品：** ◇ ワイヤレスネクタイ・ベルト2点購入で3点目0円 ◇ スラックス・パンツ2本購入で3本目0円
- ◆ 初夏の模様替え
 - 住居品：** ◇ 涼感インテリア・寝具 ◇ 早めの日よけ対策 ◇ 網戸
- ◆ 紫外線対策 — 大人だけでなく、昨今は子供向けケアグッズへの関心も高まっている
 - 住居品：** 日焼け止めクリーム **衣料品：** 帽子、サンバイザー、サンガラス、長袖シャツ
- ◆ 涼味
 - 食料品：** 乾麺、生麺、豆腐、とろろ、ヘルシオ飲料、アイスクリーム、かき氷、水羊羹

